

استخدامات عينة من المراهقين لموقع اليوتيوب والإشباعات المتحققة منه

إعداد: صابر محمد أحمد أبو بكر

إشراف:

أ. د./ اعتماد خلف معبد أستاذ بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بمعهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

د./ زكريا إبراهيم الدسوقي مدرس بقسم الإعلام وثقافة الأطفال بمعهد الدراسات العليا للطفولة جامعة عين شمس

مقدمة:

يقبل الكثير من المراهقين على موقع Youtube ويتحكمون في طبيعة المضمون الذي يشاهدونه وعلى الرغم من المنافع العديدة لموقع يوتيوب Youtube حيث إنه وسيلة مهمة لتوثيق الأحداث الجارية، ومشاهدة الموضوعات المتنوعة، ولكنه يجنح أحياناً إلى ما هو خارج عن دائرة الأخلاق مثل عرض المواد المخلة، ونشر الفضائح والتشهير بالآخرين، وإثارة الشائعات والفتن، وبالتالي فهناك ضرورة بحثية للتعرف على دوافع استخدام المراهقين لموقع يوتيوب Youtube والإشباعات والفوائد المتحققة لهم؛ للتوصل إلى قاعدة معلوماتية تدعيماً للإيجابيات وإطلاق صيحات التحذير من السلبيات.

مشكلة الدراسة:

١. تتلخص مشكلة الدراسة في محاولة الإجابة على التساؤل التالي "ما استخدامات المراهقين (١٨، ١٥) لموقع اليوتيوب؟ وما الإشباعات المتحققة منه؟".

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي وهو استخدامات المراهقين لموقع اليوتيوب والإشباعات المتحققة منه، وذلك من خلال:

١. التعرف على أنماط استخدام المراهقين لملفات الفيديو على موقع اليوتيوب من حيث التعرض لها، وأماكن التعرض، ومدى مشاركة الآخرين لهم في التعرض.
٢. الكشف عن المضامين الأكثر تداولاً بين المراهقين عبر هذا الموقع.
٣. التوصل إلى دوافع استخدام المراهقين للموقع.
٤. التعرف على أكثر الإشباعات المتحققة من تعرض المراهقين لملفات الفيديو على موقع اليوتيوب.

أهمية الدراسة:

ترجع أهمية هذه الدراسة من خلال اهتمامها بالتالي:

١. جدة موضوع هذه الدراسة، والتي تناولت "استخدامات عينة من المراهقين لموقع اليوتيوب والإشباعات المتحققة منه" وذلك في ظل انتشار استخدامه بين المراهقين.
٢. تتبع أهمية الدراسة في إطارها النظري من اختبار عدد من الفروض الخاصة بنظرية الاستخدامات والإشباعات الذي أهم محدداته الجمهور النشط.
٣. أهمية المرحلة العمرية التي تهتم بها الدراسة وهي مرحلة المراهقة حيث يمثل المراهقون شريحة هامة في المجتمع المصري بالإضافة إلى أهميتها كمرحلة محورية في حياة الفرد.

فروض الدراسة:

توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع استخدام المبحوثين لموقع اليوتيوب والإشباعات المتحققة لهم.

نوع ومنهج الدراسة:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية، والتي تعتمد على استخدام منهج المسح الإعلامي الميداني.

مجتمع الدراسة:

يتحدد مجتمع الدراسة في هذه الدراسة بالمجتمع البشري ويتمثل في جمهور المراهقين من طلاب المدارس الثانوية من مستخدمي موقع يوتيوب على شبكة الإنترنت، واعتمد فيه الباحث على اختيار المحافظة الأعلى استخداماً للإنترنت بين محافظات الجمهورية وكانت محافظة القاهرة.

عينة الدراسة:

تم تطبيق الدراسة ميدانياً على عينة عمدية من المراهقين ممن يستخدمون موقع يوتيوب قوامها (٤٠٠) مفردة (٢٠٠ ذكور، ٢٠٠ إناث) بمحافظة القاهرة البالغين من العمر (١٥– ١٨) عاماً.

أدوات الدراسة:

تم إعداد استمارة استبيان لجمع المعلومات من عينة البحث الميدانية.

(عن رسالة ماجستير إعلام)

أساليب المعالجة الإحصائية:

تم اللجوء إلى المعاملات والاختبارات الإحصائية التالية في تحليل بيانات الدراسة:

١. التكرارات البسيطة والنسب المئوية.
٢. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
٣. اختبار كا٢ (Chi Square Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للعلاقة بين متغيرين من المتغيرات الاسمية (Nominal).
٤. اختبار (T- Test) لدراسة الدلالة الإحصائية للفروق بين المتوسطات الحسابية لمجموعتين من المبحوثين في أحد متغيرات الفئة أو النسبة (Interval Or Ratio).
٥. الوزن المرجح.
٦. معامل ارتباط بيرسون.

نتائج الدراسة:

١. **نتائج الدراسة الميدانية:**

أ- بينت الدراسة أن الوسيلة التي عرف بها المبحوثون لموقع يوتيوب (مواقع الإنترنت) بنسبة ٤٩,٧%، ثم جاء (الأصدقاء) بنسبة ٣٥%، وجاء (التليفزيون) بنسبة ١٠,٣%، ثم (الصحف والمجلات الورقية) في المرتبة الأخيرة وهو ما يشير إلى أهمية الإنترنت كمصدر رئيسي في الحصول على المعلومات وبخاصة لدى المراهقين.

ب- جاء (المنزل) في مقدمة الاماكن التي يشاهد المبحوثون فيها مقاطع الفيديو على موقع يوتيوب بنسبة ٧٩,٨%، ثم (كافيهات ومقاهي) في المرتبة الثانية بنسبة ١٠,٧%، ثم النادي بنسبة ٥,٥%، ثم (المدرسة) بنسبة ٤%، وأخيراً (أماكن أخرى) بنسبة ٣,٨%.

ج- جاءت الموضوعات الفنية (أفلام- أغاني- أجزاء من برامج) في مقدمة الموضوعات التي يفضل المبحوثون مشاهدتها على موقع يوتيوب بوزن مئوي ٢٣,٢%، ثم الموضوعات (الرياضية) في المرتبة الثانية بوزن مئوي ٢١,٢%، ثم (مواقف وغرائب) في المرتبة الثالثة بوزن مئوي ٢٠,٩%، ثم (الأحداث والأخبار السياسية الجارية) في المرتبة الرابعة بوزن مئوي ٢٠,٦ واخيراً (الموضوعات الدينية) بوزن مئوي ١٣,٨%.

د- بالنسبة للدوافع النفعية: جاءت (معرفة الأخبار والأحداث الجارية المصورة) في مقدمة الدوافع النفعية لاستخدام المبحوثين موقع يوتيوب بمتوسط ٢,٥٦، ثم (أشاهد فيه برامج لم أتمكن من مشاهدتها بالتليفزيون) بمتوسط ٢,٥٨، و(تحميل مقاطع تعجبني) بمتوسط ٢,٥٧، و(يجعلني أستفيد من خبرات الاخرين) بمتوسط ٢,٥٥، وأخيراً (به دروس تعليمية خاصة بالمقرر الدراسي) بمتوسط ٢,٢١.

هـ- بالنسبة للدوافع الطقوسية: جاءت (وسيلة مسلية تملئ أوقات فراغي) في مقدمة الدوافع الطقوسية لاستخدام المبحوثين موقع يوتيوب بمتوسط ٢,٧٨، ثم (أتحكم في الوقت الذي أشاهد فيه مقاطع الفيديو) بمتوسط ٢,٧٣، و(وسيلة سهلة الاستخدام) بمتوسط ٢,٦٥، و(يخلصني من الملل) بمتوسط ٢,٥١، وأخيراً (عندما أستخدمه أشعر بأنني متميز عن الآخرين) بمتوسط ٢,٠١.

و- بالنسبة للإشباعات الاجتماعية: جاءت (زيادة المعرفة والاطلاع) في مقدمة الإشباعات الاجتماعية بالنسبة للمبحوثين في موقع اليوتيوب بمتوسط ٢,٧٣، ثم (اكتساب معلومات جديدة عن الآخرين) بمتوسط ٢,٧١، ثم (فهم ما يدور حولي من أحداث) بمتوسط ٢,٧٠، ثم (استكشاف كل ما هو جديد في العالم) بمتوسط ٢,٦٦، ثم (أصل لمواد تليفزيونية لم أشاهدها) بمتوسط ٢,٦٤، وأخيراً (أشعر بأنني متميز عن الآخرين) بمتوسط ١,٩٨.

ز- بالنسبة للإشباعات التوجيهية: جاءت (التسلية والترفيه) في مقدمة الإشباعات التوجيهية بالنسبة للمبحوثين في موقع اليوتيوب بمتوسط ٢,٥٧، ثم (أشعر بالمتعة والسعادة) بمتوسط ٢,٥٤، ثم (يخلصني من الملل) بمتوسط ٢,٥١، ثم (قضاء وقت الفراغ) بمتوسط ٢,٤٤، ثم (أنسى هموم ومشاكل الدراسة) بمتوسط ٢,٣٢، وأخيراً (يجعلني أشعر بالخوف والقلق مما يعرضه) بمتوسط ٢,٠٦

٢. **أهم نتائج اختبار صحة الفروض:**

أ- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين معدل استخدام المبحوثين لموقع اليوتيوب وبين دوافع استخدامهم لهذا الموقع.

ب- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠١) بين معدل استخدام المبحوثين لموقع اليوتيوب والإشباعات الاجتماعية المتحققة لهم، كما توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٥) بين معدل استخدام المبحوثين لموقع اليوتيوب والإشباعات التوجيهية المتحققة لهم.

ج- توجد علاقة ارتباطية دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (٠,٠٠١) بين دوافع استخدام المبحوثين لموقع اليوتيوب والإشباعات المتحققة لهم.